

L'INDIPENDENZA FA L'UNIONE

Come funziona il gruppo Mauri **Spagnol**, che riunisce marchi come **Guanda**, Longanesi, Chiarelettere e Garzanti

di **Simona Maggiorelli**

L'acquisizione di Rizzoli da parte di Mondadori ha determinato la nascita di un colosso editoriale che non ha pari in Europa. In Gran Bretagna Penguin più Random House controllano il 25 per cento del mercato. Mondazzoli arriva a toccare quote che si avvicinano pericolosamente al 50 per cento. Il marchio, in un settore strategico per il Paese, come l'editoria scolastica, andrebbe a coprire il 35 per cento, tanto per fare un esempio. Com'è noto, la nascita di questo colosso, su cui si dovrà a breve pronunciare l'Antitrust, nel frattempo ha già determinato alcuni importanti cambiamenti. Massimo Vita Zelman ha ricomprato le sue quote in Skira e Roberto Calasso quelle di Adelphi, tornata così a

essere indipendente. Mentre una parte consistente degli autori Bompiani ha scelto di seguire Elisabetta Sgarbi che si è dimessa da direttore editoriale per fondare insieme a Eco, Nesi ed altri la nuova casa editrice La Nave di Teseo, che pubblicherà, per esempio, un autore importante del catalogo Bompiani come Hanif Kureishi, l'autore di *Intimacy* e de *Il budda delle periferie*.

In Europa non ci sono esempi di concentrazione di mercato come quella raggiunta con Mondazzoli. Ci aspettiamo che l'Antitrust si pronunci

E se come abbiamo raccontato nei mesi scorsi il mondo della piccola e media editoria denuncia un possibile abuso da posizione dominante, come vive questa novità il gruppo Mauri **Spagnol (Gems)** che riunisce in confederazione una dozzina di marchi, fra i quali **Guanda**, Longanesi, Chiarelettere, Garzanti? Lo abbiamo chiesto a **Stefano Mauri**, presidente del gruppo **Gems** che ad oggi copre il 10,2 per cento del mercato. «Io», dice a *Left*, «penso

che l'Antitrust dovrebbe aprire l'istruttoria. Perché non ci sono in Europa situazioni confrontabili con questa.

Intanto, però, qualcosa è già cambiato, e Adelphi si è resa autonoma.

Si è emancipata per tempo. Facendo leva su

una clausola del contratto Roberto Calasso ha avuto l'opportunità di riscattare la quota di maggioranza. Adesso è completamente autonoma.

Gems è il primo gruppo editoriale indipendente in Italia, che significa per lei questa parola?

Come tanti altri gruppi internazionali, oltre all'attività editoriale, il nostro ha una propria distribuzione, che

offre anche ad editori terzi. Ma è un gruppo indipendente perché l'azionariato è impegnato nell'editoria e i suoi interessi coincidono solo con interessi editoriali. Non facciamo auto, non abbiamo un ruolo nella politica, non abbiamo una tv, non facciamo scarpe. Questa è una attitudine molto importante. Significa che i nostri autori sono liberi di esercitare il diritto di critica su tutto ciò che vogliono. **Ogni marchio fa proprie scelte?**

Sì assolutamente. Io sono responsabile del gruppo editoriale Mauri **Spagnol**, che al suo interno ha numerosi editori, che oltre a svolgere il loro lavoro editoriale sono dentro la proprietà. Ogni marchio ha il suo direttore editoriale o editore. Mai e poi mai io ho detto a Luigi Brioschi di **Guanda** a Lorenzo Fazio di Chiarelettere o a Luigi **Spagnol** per **Salani** e **Vallardi** cosa pubblicare o meno. E questo proprio perché siamo indipendenti e non abbiamo altri interessi da tutelare. Non c'è una linea unica, ma ci sono tante linee quanti sono i direttori editoriali e gli editori.

In un pamphlet edito da Guanda Alessandro Banda dice che la letteratura in Italia è diventata un lusso e che non riesce a entrare neanche più nelle scuole: «Siamo dei carbonari



CHI È

Stefano Mauri è presidente del gruppo **Gems**, è ad di Longanesi & C., Garzanti, **Guanda**, oltre ad essere vicepresidente di Messaggerie Italiane. Ha inventato Book city e la scuola per librai Mauri

casa editrice media che fatturava meno di quello che fattura oggi Sellerio o Il Castoro. Noi abbiamo avuto il privilegio di crescere con la nostra casa editrice, abbiamo cercato nel tempo di cogliere i vantaggi delle maggiori dimensioni, ma lasciando l'attività editoriale con differenti direzioni, con unità creative non troppo numerose, analoghe a quelle dei piccoli editori. Abbiamo cercato di cogliere il meglio delle varie realtà. Abbiamo mantenuto una cura artigianale nel fare libri. Avendo però vantaggi dal punto di vista dello scouting internazionale, sul lato commerciale e sui costi industriali. Così usciamo da questi quattro anni di crisi con un bilancio in perfetto equilibrio finanziario, avendo

anche guadagnato in termini di quota di mercato.

E ora, progetti futuri?

Vediamo come cambia il paesaggio con questa concertazione, e se l'Antitrust la concede e con quali vincoli. I nostri progetti alla fine sono quelli dei nostri autori.

E se poi si presenta una buona possibilità di acquistare una casa editrice o un buon catalogo noi non ci tiriamo mai indietro. I contabili sono fissati sulla programmazione, io penso che si debba soprattutto farsi trovare pronti. (L)

della letteratura» anche in quanto insignanti. Cosa ne pensa?

Pubblichiamo molti titoli letterari, a differenza di quello si dice. Non dobbiamo confondere la domanda con l'offerta. Tutti gli editori che conosco vogliono sia trovare il libro che venderà tanto, sia il libro di cui essere orgogliosi, che possa dare un contributo all'avanzamento nella divulgazione scientifica, nella letteratura o in altri ambiti. Se in classifica vanno certi titoli non è certo colpa degli editori. Ma i libri colti, anche in perdita, li pubblicano quasi tutti gli editori perché sanno che oggi quell'autore che magari non riceve grande attenzione, domani potrebbe passare alla storia. L'editoria è così.

Tenere vivo il catalogo è importante?

Prima che i libri abbiano successo può capitare di dover aspettare dieci anni prima che scadano i diritti oppure altrettanti prima che il contratto sia estinto. Il lavoro dell'editore è su un registro di lungo periodo e credo che mosse isteriche dovute alla crisi, cambi repentini anche nel management, abbiano fatto solo danni.

Quanto conta la collaborazione fra marchi strutturati come confederazione?

Quando, negli anni 80, io e Luigi **Spagnoli** siamo entrati in Longanesi, erano stati appena acquistati i marchi **Salani** e **Guanda**. Quindi Longanesi era una

Ogni nostro marchio ha un suo direttore e una sua linea. Ed è possibile perché gli azionisti non fanno altro. Né macchine, né tv, né politica